

3. Амиров В. М. Экономика и менеджмент СМИ. — Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. ун-та, 2009. — 25 с.

4. Мозер К. Психология маркетинга и рекламы. — Харьков : Гуманитарный центр, 2013. — 335 с.

5. Котлер Ф. Основы маркетинга. — М. : Вильямс, 2007. — 656 с.

УДК 070

Мухина Ольга Сергеевна,

магистрант 2-го курса

Уральского гуманитарного института

Уральского федерального университета

ТЕХНИЧЕСКИЕ ВЫЗОВЫ В СЕТЕВЫХ ИЗДАНИЯХ

Аннотация. Термином «Веб 2.0» Тим О’Рейли назвал новую эру в развитии Интернета. Пользователь теперь является не просто потребителем интернет-ресурсов, а их создателем и полноценным участником. Все это предъявляет определенные требования к сетевым изданиям.

Ключевые слова: сетевые издания, веб 2.0, mobile first, мессенджеры, рассылки новостей.

Mukhina Olga,

Master’s Student of the 2nd year

Ural Institute for Humanities

Ural Federal University

TECHNICAL CHALLENGES IN NETWORK MEDIA

Abstract. Tim O’Reilly described the new era in the development of the Internet with the term «Web 2.0». The user is not just a consumer of Internet resources now, but its creator and full participant. All this makes certain requirements for network media.

Keywords: network media, web 2.0, mobile first, messengers, newsletters

Эпоха, названная Тимом О'Рейли «Веб 2.0» [1], диктует свои условия. Основной смысл нового определения в том, что наступила другая эра в развитии Интернета. Ее идею можно выразить лозунгом «активность, интеграция и свобода самовыражения» [2]. Пользователь теперь является не просто потребителем интернет-ресурсов, а их создателем и полноценным участником. Все это предъявляет определенные требования к сетевым изданиям:

1. Принцип Mobile First. Он предполагает, что сначала следует создавать мобильную версию сайта, а уже потом вариант для обычного компьютера. В общем, действовать «от легкого к тяжелому» [3]. Есть и те, кто говорит уже и о стратегии Mobile Native, предполагающей «сосредоточиться на 2,5 млрд смартфонов и полностью отпустить рынок low-end-устройств» [4].

2. Внимание к статистике. Адекватная и быстрая реакция на выбор пользователей помогает меняться и удерживать читателей.

3. Автоматизация рассылок. Помимо очевидной экономии времени, сервис может проанализировать реакцию подписчика и отправить ему еще одно письмо или несколько — в зависимости от его действий [5].

4. Мобильные SMS-сервисы. Сегодня SMS и MMS — это не только переписка с друзьями, но и голосовые послания, общение с диджеями, сообщения-информеры о начале любимой передачи и появлении любимого ведущего в эфире, интермобильные шоу, конкурсы, викторины и многое другое [6].

5. Мобильные приложения для новостей. Такие приложения позволяют просматривать новости на мобильном телефоне в более удобном формате. Подобное реализовали, например, РИА новости. Создают иногда приложения и под отдельные проекты [7].

6. Использование мессенжеров. По статистике J'son & Partners Consulting, порядка 60 % владельцев смартфонов в России используют мобильные мессенджеры, что составляет около 60 млн человек. Лидеры данной сферы — Viber, WhatsApp и Skype [8]. Впрочем, СМИ не обязаны конфликтовать с мессенджерами: гораздо более выгодный вариант — самим создавать группы и распространять нужные новости [9].

Отметим и ошибки, часто допускаемые сетевыми изданиями в погоне за мобильными версиями сайта и приложениями:

- не понятно, кликабелен ли текст;
- неудобный шрифт;
- ссылки мобильной версии ведут на полную версию сайта, которая, соответственно, много весит и долго загружается;
- используются длинные и сложные URL-адреса, которые никто не будет вводить вручную на мобильном телефоне;
- непонятная навигация или отсутствие кнопки «Поиск»;
- отсутствие единого стиля и оформления;
- прикрепление карт, которые попросту не видны в мобильной версии;
- слишком много рекламы, которую зачастую невозможно отключить;
- отсутствие режима для ландшафтной ориентации экрана;
- нет доступа к архиву [10, 11].

Таким образом, мир стремительно меняется, и, если издание хочет не просто выжить, но и развиваться и зарабатывать, ему необходимо подстраиваться под новые тенденции, в противном случае оно очень быстро исчезнет или пополнит ряды архивных сайтов с нулевой посещаемостью в сутки.

Литература

1. О'Рейли Т. Что такое Веб 2.0 // Компьютера. URL: <http://old.computerra.ru/think/234100/> (дата обращения: 12.02.2020).
2. WEB 2.0 — платформа и ее пользователи // Домашнее радио. URL: <http://housea.ru/index.php/cellular/49809> (дата обращения: 12.02.2020).
3. Стратегия Mobile First: что это и почему на него стоит обратить внимание? URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2016/03/16/strategiya-mobile-first-cto-eto-i-pochemu-na-nego-stoit-obratit-vnimanie/> (дата обращения: 12.02.2020).
4. Хохлова Д. От Mobile First к Mobile Native: о чем важно помнить разработчикам, которые ориентируются только на смартфоны. URL: <https://vc.ru/19938-mobile-first-to-native-first> (дата обращения: 12.02.2020).
5. Email-маркетинг в 2016 году: тренды, советы, итоги // CoSSA. URL: <https://www.cossa.ru/261/148133/> (дата обращения: 12.02.2020).

6. Городников А. Сми в XXI веке: от интерактивности к мобильной культуре. URL: <http://www.advertology.ru/article27960.htm> (дата обращения: 12.02.2020).

7. Digital-стратегии при продвижении СМИ. Часть 3. Мобильные версии // Media Bitch. URL: <http://mediabitch.ru/digital-strategii-pri-prodvizhenii-smi-chast-3/> (дата обращения: 12.02.2020).

8. J'son & Partners Consulting составила свой рейтинг мессенджеров в России // CoSSA. URL: <https://www.cossa.ru/news/117896/> (дата обращения: 12.02.2020).

9. Пуля В. 7 важных практик СМИ по работе с мессенджерами // MediaToolbox. URL: <http://mediatoolbox.ru/blog/7-vazhnyih-praktik-smi-po-rabote-s-messendzherami/> (дата обращения: 12.02.2020).

10. Исследование приложений для СМИ. Часть первая. Газеты // МедиаПрофи. URL: http://mediaprofi.org/media-info/analytics/item/3246-issledovanie_gazety (дата обращения: 12.02.2020).

11. Токбаева Д. Создание мобильной версии сайта СМИ // Новый Репортер. URL: <http://newreporter.org/2012/07/12/kak-adaptirovat-sajt-smi-pod-mobilnye-ustrojstva/> (дата обращения: 12.02.2020).

УДК 009

Оленева Полина Николаевна,

магистрантка 2-го курса

Института государственного управления и предпринимательства

Уральского федерального университета

АНАЛИЗ КРОСС-КУЛЬТУРНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ УЧАСТНИКОВ МЕЖДУНАРОДНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ МИГРАЦИИ

Аннотация. В данной публикации рассматриваются особенности международной образовательной миграции, в частности основные участники данного процесса. Акцент сделан на межкультурных компетенциях, которыми должны владеть представители различных сфер миграции, а именно административные отделы, преподаватели